



Integrando el e-commerce a la gestión del software ERP

“Estamos muy satisfechos de cómo hemos progresado a partir de la incorporación de BAS CS. Hemos logrado que toda nuestra operación este automatizada: los pedidos, el funcionamiento del depósito, la facturación, etc. Incluso a nivel de e-commerce, ha sido fundamental que las publicaciones se actualicen según el stock y se pueda dar la respuesta adecuada al cliente en tiempo real”.

Martín Leveroni

Gerente General Fox Head Argentina

Fox Head es la compañía más reconocida a nivel mundial en el negocio de venta de productos y servicios para aficionados a las motos. Construyó su negocio a partir del desarrollo de prendas de alta exigencia para competencias de motocross.

Auspiciante de varios de los mejores deportistas de la historia de la moto, la marca Fox Head ha incorporado a la actividad prendas desarrolladas para brindar a los corredores máxima protección y performance, junto con una gran libertad de movimientos. Por más de cuatro décadas, Fox ha creado el mejor equipamiento para motocross del mundo, hecho para soportar las severas exigencias que definen a ese deporte.

Fox Head se estableció en Argentina en 2012, alentada por el gran número de entusiastas de las motos. La oferta de la empresa incorporó productos internacionales de Fox junto con otros elementos de interés para los usuarios.

Al poco tiempo de iniciadas las actividades, Martín Leveroni y Sergio Lanusse llevaron adelante el proyecto de incorporación del software de gestión para administrar la empresa.

“Cuando se presentó en la empresa la necesidad de incorporar un software para gestionar el negocio, miramos hacia Buenos Aires Software”, comentó Martín Leveroni, Gerente de Fox Head Argentina. “Algunos de nosotros habíamos trabajado con el sistema en otras empresas, y nos parecía una herramienta muy apropiada para nuestras necesidades”.

“La implementación fue muy buena, veloz y sin ningún sobresalto. La incorporación del sistema fue tan ágil que, en más de una oportunidad, se debió detener la implementación para aguardar la definición de los procesos, que al tratarse de una empresa nueva eran formulados desde cero”.



El desafío del e-commerce

La comercialización de los productos de Fox Head se desarrolla a través de tres canales. En su mayor parte, las ventas que realiza Fox se distribuyen por intermedio de mayoristas que alcanzan todo el territorio nacional. Pero también, la empresa cuenta con locales propios y un activo canal de e-commerce, integrado por ventas que se realizan por medio de un portal propio, o por medio de MercadoLibre.

Las ventas por MercadoLibre representan un volumen importante para Fox, y desde un primer momento era un desafío para la empresa poder administrar ese canal de una manera óptima. Integrar (y automatizar) en el ERP BAS Company Steering las operaciones que se realizaran por MercadoLibre era esencial, y se fijaron como prioridad trabajar en ese sentido.

Fox Head se contactó para esto con Diego Ponce, que junto con su empresa Balcony Software contaban con amplia experiencia en interfaces con sistemas de MercadoLibre y ya tenían desarrolladas sus herramientas EMSYS y MERCADOSYNC.

Balcony Software trabajó junto con los consultores de Buenos Aires Software para lograr la integración de ambas plataformas, a través de MercadoSYNC. Esta solución recibe notificaciones de la API de Mercado Libre en Tiempo Real, abarcando ofertas, publicaciones, preguntas, MercadoPago y MercadoEnvío. Realiza todos los procesos administrativos al igual que en una compra de mostrador, y tiene acceso al stock para automatizar el inventario y gestionar las publicaciones de acuerdo a la disponibilidad de productos.

“El stock tiene que estar perfectamente sincronizado para evitar una sobreventa del producto y así evitar conflictos con el cliente y sus calificaciones negativas en MercadoLibre”, comentó Diego Ponce, titular de Balcony Software. “Funciona totalmente en línea, y además, administra las respuestas y automatiza todo el funcionamiento de manera que las ventas por MercadoLibre puedan crecer exponencialmente sin el cuello de botellas que implica la intervención humana”, completó.

“Estamos muy satisfechos de cómo hemos progresado a partir de la incorporación de BAS CS. Hemos logrado que toda nuestra operación esté automatizada: los pedidos, el funcionamiento del depósito, la facturación, etc. Incluso a nivel de e-commerce, ha sido fundamental que las publicaciones se actualicen según el stock y se pueda dar la respuesta adecuada al cliente en tiempo real. Siendo un rubro complejo, con una gran apertura en artículos de diferentes características, talles y colores, nos encontramos muy cómodos con la manera en que estamos trabajando, y sabemos que tenemos una buena plataforma para seguir creciendo”, completó Martín Leveroni.

